



COMERCIO SIN ADUANAS

POR PEDRO TREJO VARGAS

La competitividad del comercio exterior

Los instrumentos de política comercial dentro de un marco de integración son determinados por las políticas económicas de los países con base en sus modelos de desarrollo. Dichos instrumentos influyen en la evolución de las funciones de las aduanas mismas que son las encargadas de ejecutar en frontera la aplicación de las medidas arancelarias y no arancelarias, tanto a la importación como a la exportación de las mercaderías, y que deben estar reflejados en instrumentos jurídicos con el propósito de que se brinde seguridad jurídica. En el caso de México, el establecimiento de los instrumentos de política comercial tiene su fuente jurídica, principalmente, en la Constitución Política Federal y en la Ley de Comercio Exterior.

En la medida que existe una mayor apertura económica, el papel de las aduanas como instrumento de facilitación comercial cobra importancia en los procesos de integración y se convierte de facto en un instrumento más de la política comercial de un país.

En un mundo cada vez más competitivo y abierto, un factor determinante de competitividad es la oferta integral de servicios al comercio exterior, el cual en una primera noción se encuentra vinculado con las transacciones físicas de mercancías y productos, aunque en la actualidad engloba también a los servicios, a los capitales y las transacciones de tecnologías y el cruce fronterizo de personas, que en muchos casos son más importantes que las transacciones de tangibles, sobre todo los servicios y capitales, debido en buena medida al vertiginoso avance de los medios de comunicación y la informática, así como a la búsqueda de lugares seguros para la inversión indirecta.

Dentro de los principales instrumentos de política comercial encontramos los siguientes: las políticas de importación y de exportación de mercancías, los aranceles y tributos al comercio exterior, los controles al comercio exterior distintos de los aranceles (regulaciones y restricciones no arancelarias), otros instrumentos, tales como: tratados o acuerdos de libre comercio, medidas contra

prácticas desleales, los programas de fomento y de comercio exterior, la política cambiaria, la inversión extranjera, etcétera.

La competitividad del comercio exterior mexicano sin duda se ve afectada por los costos, eficiencia y avances o retrocesos que se presentan en las operaciones y la logística en el intercambio de bienes y servicios con otros países, pero también por las crisis económicas. Por tanto, no es de sorprenderse que la competitividad comercial del país se vea menoscabada por la actual recesión económica, misma que ha incidido en las exportaciones que se redujeron en un 29% en el primer trimestre del año y en donde también el Producto Interno Bruto (PIB) cayó 8.2%, con expectativas nada favorables para lo que resta del año, ya que según datos del Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior (Comce), la caída del comercio exterior en el país tendrá un descenso del 5%, y a ello habrá que adicionar el costo de la influenza, que según el secretario de Hacienda y Crédito Público (SHCP), Agustín Carstens, llevará al PIB a una caída del -5.5%, cuando sin la afectación sanitaria su pronóstico era de una disminución del -4% en la actividad industrial.

Si consideramos que más del 90% del valor del comercio de México se realiza con naciones con las que tiene actualmente tratados y acuerdos internacionales, es lógico pensar que el gobierno federal busque por lo menos equilibrar la balanza comercial con nuestros socios comerciales de la región y con mayor razón tener una balanza con números negros (superávit), mediante nuevas medidas, políticas y programas de comercio exterior más eficientes, que incluso contribuyan a salir de la actual crisis económica. La seguridad pública en el país también cuenta en la competitividad del comercio exterior.

Asimismo, con todo ello es importante se continúe eficazmente con los procesos y esfuerzos para alcanzar una mejor competitividad en la logística, infraestructura y en la administración integral del comercio exterior y de las aduanas.

pedro_trejo@yahoo.com.mx

Aguacate, el producto con mejores resultados

Apuesta Michoacán por China

ENRIQUE TORRES

El estado de Michoacán exporta 117 productos de campo entre hortalizas, frutas y flores a 34 países de Europa, Asia y el continente americano, y se ha convertido en líder en exportación de aguacate, fresa y durazno, en fresco y procesados. Aunque sus nuevas operaciones están enfocadas con China gracias a la formación de negocios con jóvenes egresados mexicanos que envían a prepararse a ese país.

Manuel Nocetti, presidente del Consejo Coordinador Empresarial de Michoacán, comentó a **Comercio T21** que en exportaciones Michoacán ha crecido en más de dos mil millones de dólares, con 40 mil toneladas de acero, PET reciclado y sobre todo la agroindustria especializada con productos como el aguacate, fresa, frambuesa, mango,

Principales inversiones de China en Michoacán
600 mdd HUTCHISON PORTS HOLDING
255 mdd GRUPO SALINAS-FAW
250 mdd CAMIONES FOTON

limón y papaya, “estamos trabajando ahora en industrializar un mayor número de productos, para que tengamos un mejor aprovechamiento y

mayores ganancias. Esto será sobre todo con empaquetadoras”.

La ruta a Asia es aprovechada sobre todo por el aguacate, aunque son ya 35 los empresarios mexicanos que se han instalado en China, principalmente con restaurantes de comida mexicana, gracias al plan de formación de negocios implementado por el gobierno estatal, que consiste en enviar a 100 egresados de distintas carreras de comercio internacional cada año al país asiático para aprender mandarín y hacer el intercambio de información que permite el desarrollo de negocios.

Asimismo, el Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (Comce) Michoacán inició un programa de apoyo a pequeñas empresas y productores que deseen exportar sus productos pero que no tienen la calidad que el mercado exige.



Adquire aceptación la fruta ácida del nopal.

Aunque a Xoxoc le afecta la crisis Impulsa exportación de xoconostle a Europa

PURI LUCENA

Hace 15 años un grupo de productores inició la producción de alimentos derivados del xoconostle de manera totalmente artesanal, comercializándolos a nivel regional e iniciando así la historia de la empresa Xoxoc. Más tarde, sus hijos se encargaron de desarrollar el concepto de marca e imagen comercial, ubicándola en el mercado gourmet y dando el salto a la exportación. Ahora, su meta es llegar a Europa.

Actualmente, 20% de la producción total de Xoxoc se destina al mercado de Estados Unidos y Canadá, señaló a **Comercio T21** Yunuem Carrillo, gerente de exportaciones de la empresa, donde se han hecho un hueco en el nicho gourmet anglosajón, con productos deshidratados tipo botana con Chile, mermeladas y dulces. Sin embargo, desde hace dos años el objetivo es llegar a Europa, donde ya cuentan con ofertas en

Francia, Alemania, Suecia y Noruega.

Sin embargo, pese a que todo está listo para empezar a vender, la crisis económica ha provocado un retraso en el proyecto. “No sabemos cuándo podremos empezar a exportar, porque no depende de nosotros, sino de los ciclos económicos. Al ser un producto nuevo y un tanto especial, las empresas importadoras se detienen porque es un reto para el marketing y la creación de demanda. Ésa ha sido nuestra única limitación para entrar al mercado europeo”.

El objetivo es vender entre un 10 y 20% de la producción a estos países, donde sólo entrarían con la gama de confitería, “porque los productos con Chile no son tanto para el paladar europeo”.

Asimismo, en los próximos meses empezarán a distribuir en asociación con una empresa estadounidense, que cuenta con un centro de distribución en California, productos derivados del frijol y orégano.

Disminuye importación de granos básicos

DIDIER RAMÍREZ

La introducción de granos básicos al país se encuentra deprimida hasta en 30%, toda vez que sectores como el pecuario y avicultor, así como el de alimentos balanceados y aceitero han visto reducir el consumo de la población en la misma proporción.

Gerardo Díaz Roche, director general de Grupo Logra, firma enfocada a la transportación de granos agrícolas en el centro-sureste del país, y que trabaja con productores organizados de la región, explicó que en lo que va del año sus volúmenes han caído hasta 30% en maíz, sorgo, trigo y soya, principalmente, y cuya importación en 95% proviene de Estados Unidos, dado que este país es el proveedor granero por excelencia.

Díaz Roche comentó que para los sectores que tiene como insumo los granos básicos esta situación es compleja, ya que habrá de recordar que esta industria experimentó hace no más de año y medio precios históricos de los commodities, y con el descenso en las cotizaciones que ahora se experimenta podría tenerse una mejor condición de mercado, que no se aprovecha del todo por estar los niveles de consumo en descenso.

Para el directivo, el consumo de las industrias que atienden podría comenzar a experimentar una mejor posición hacia finales de este año y en particular en 2010, en donde el terreno perdido podría comenzar a recuperarse.

Grupo Logra es una firma de transporte multimodal que cuenta con instalaciones portuarias en puntos como Progreso, Coatzacoalcos, Veracruz y Manzanillo.